BE
Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 248984

Date : MARS/AVRIL 15
Page de l'article : p.76-79
Journaliste : Justine Foscari

Lily McMenamy pour Moschino.

Tous droits réservés à l'éditeur

AVANT-GARDE

LE LAID NOUVEAU BEAU ?

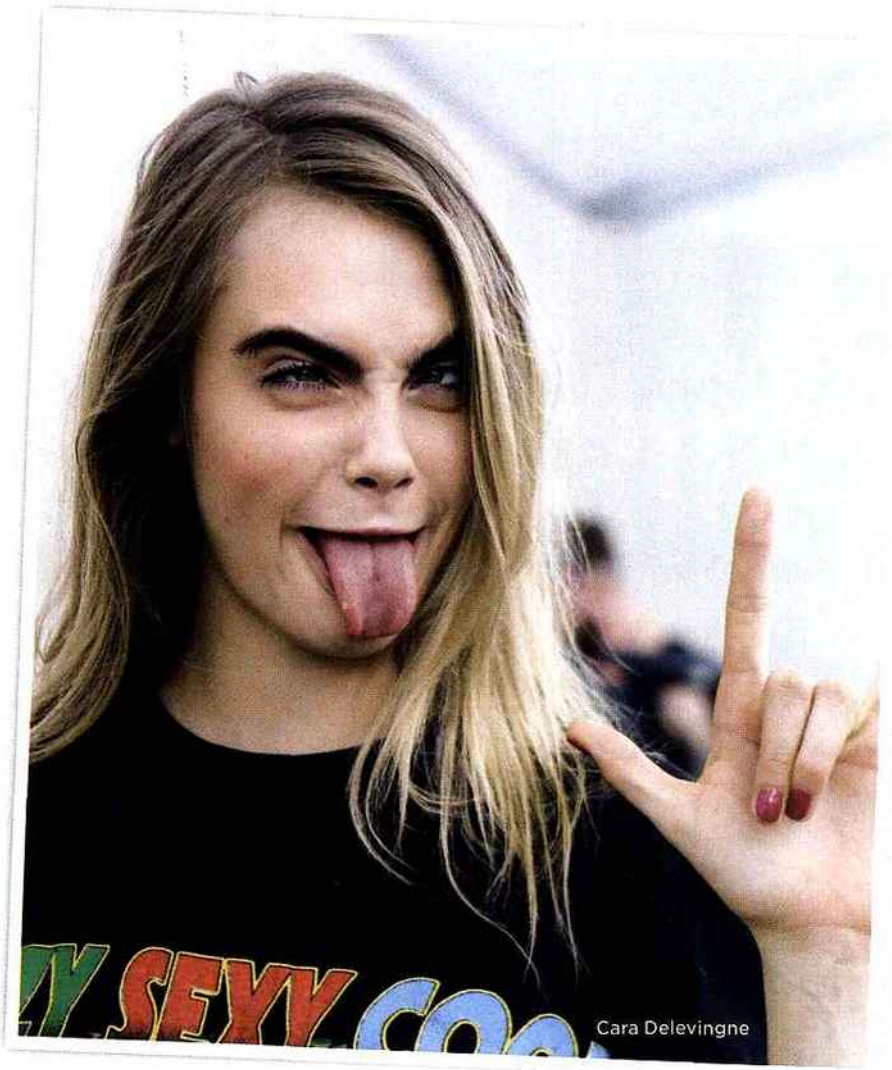
WEIRD IS BEAUTIFUL EST LE DERNIER MANTRA DES DEFILES IL NE SUFFIT PLUS QUE LES MANNEQUINS SOIENT BELLES, IL FAUT AUSSI QU'ELLES AIENT DU CARACTERE ET DES DEFAUTS UNE TENDANCE QUI VA DE PAIR AVEC LA NOUVELLE MODE DE "L'UGLIFICATION" ENQUÊTE

PAR JUSTINE FOSCARI

C'est le nouveau phénomène qui agite la fashion sphère et fait tourner la tête des bookeurs d'agences de mannequins. Avec l'arrivée de ce que les Anglo-Saxons appellent les "jolies laides", ces tops aux défauts charmants mais indéniables qui envahissent les catwalks des défilés, allons-nous vers une redéfinition totale des canons de beauté ? Celles par qui le scandale arrive, les voici : Lily McMenamy, Lindsey Wixson, Jamie Bochert. Un trio explosif qui collectionne à lui tout seul dents du bonheur, bouche exagérément charnue, sourcils broussailleux à la "Game of Thrones", yeux proéminents, nez large et joues creuses de rockstar gothique. Une A-list étonnante à laquelle on pourrait ajouter Chantelle Brown-Young, égérie Desigual, top 2015 selon le magazine "Dazed and Confused", dont le corps et le visage sont affligés d'un vitiligo. Ou Daphne Groeneveld, aux yeux curieusement écartés, qui a défilé pour Marc Jacobs. Des physionomies atypiques qui changent radicalement des très jeunes filles interchangeables qu'on avait l'habitude de voir jusqu'alors aux abords des front rows. Et qui collent parfaitement à un air du temps où l'on plébiscite des filles comme Cara Delevingne, aux sourcils fournis et qui adore grimacer sur ses photos, ou Georgia May Jagger, avec ses dents écartées. Le laid serait-il devenu le nouveau beau ? "Je pense qu'il n'y a plus vraiment de critères de beauté, explique Sylvie Fabregon, bookeuse chez Wanted (une agence de mannequins spécialisée dans les physiques atypiques). Depuis trois ans, j'ai de plus en plus de demandes, et je vois bien que les marques, les pubs et les photographes sont désormais à l'affût du défaut qui fera la différence, d'une personnalité. Pour se démarquer de la concurrence, et des milliers d'images qui sont produites chaque jour, ils veulent quelqu'un qui « dégage » quelque chose."
Avec l'hyper exposition de l'image – et d'une image trop standardisée à force de remodeler les traits et les silhouettes avec Photoshop – , la création d'une pseudo-diversité qui ne trompe personne, la démocratisation de la chirurgie esthétique, il semblerait que l'univers confiné de la mode soit parvenu à la fin d'une ère. "La beauté sera convulsive ou ne sera pas", disait André Breton. Sinon, pas question ▸

PHOTO DANIELE OBERRAUCH/MAXTREE.COM

Tous droits réservés à l'éditeur



pour elle de frapper l'imaginaire. Mais cette tendance de saison est-elle vraiment destinée à durer ? Ou ne serait-elle qu'un de ces mouvements de balancier dont la mode a le secret ? "Je ne crois pas que ce soit un feu de paille, réagit Élisabeth Azoulay, ethnologue, auteure de "100 000 ans de beauté" (éd. Gallimard). Même si ces jolies laides restent, d'une certaine façon, tout à fait conformes aux canons de beauté d'aujourd'hui. Elles sont grandes, très minces, et leurs bouches outrées ne dérogent pas non plus aux standards actuels. La mode pourrait aller encore plus loin. Mais cette envie de personnages marquants, de caractères, correspond à une vraie tendance de fond, qu'on retrouve ailleurs, au cinéma, dans les séries et les magazines. On est trop nombreux sur cette planète, on veut se différencier !"

TOUS LAIDS, TOUS ÉGAUX ?

La culture de la rue et des réseaux sociaux est aussi passée par là. À travers les blogs, les selfies no make-up ou les campagnes de pub avec des "vrais gens", s'est imposée l'idée d'une nouvelle féminité. Moins figée, moins "sublime", mais plus naturelle, sans artifices, avec son lot d'imperfections inévitables mais reconnaissables entre toutes. En montrant leurs vrais visages (et leurs vrais corps, parfois marqués par les vergetures ou la cellulite), les femmes ont ainsi trouvé une nouvelle manière de lutter contre la pression du zéro défaut. Et de se libérer symboliquement des centaines d'images de beautés trop parfaites qui les inhibent et les complexent. Le règne de la girl next door à la Lena Dunham est arrivé. "Cette approche différente de la féminité impacte profondément le marché de la beauté et vient aussi des mouvements contestataires de la rue, comme les Femen en Russie ou les slut walks au Canada, analyse Emma Fric, directrice et de la recherche et de la prospective au bureau de style Peclers. Elle a fait évoluer la perception que nous avons du corps : celle d'un corps actif, au naturel, véhiculant des idées

DENTS DU BONHEUR, MODE D'EMPLOI

À défaut de choper le virus du bonheur cher aux manuels de développement personnel, on peut s'offrir un diastème (et non pas diadème) de toute beauté.

En France, celles qui ont les dents naturellement écartées demandent parfois à leur dentiste de fermer leur diastème, pour éviter l'effet "pelle à gâteau" qui s'accentue en vieillissant (cf Vanessa Paradis). "Car les personnes qui ont ce défaut ont les dents triangulaires", précise le docteur Jean-Pierre Toubol. Aux Etats-Unis, la tendance est au diastème artificiel, qui personnalise le sourire et le rend plus sexy. Pour l'obtenir, deux solutions : "Soit on pose une plaque de disjonction sur le palais, qu'on écarte tous les deux jours, explique le dentiste, et il faut attendre six mois pour obtenir l'effet escompté. Un peu barbare, mais efficace. Si on possède des dents assez larges, on peut plutôt recourir à la deuxième solution : les réduire de part et d'autre à la roulette et former ainsi un écartement visible. Aucune des deux méthodes n'est dangereuse pour la santé dentaire." Pour ce qui est du bonheur, en revanche, il n'est pas garanti.

Tous droits réservés à l'éditeur

Chantelle Brown-Young

PHOTOS A. TRIO/A. LUCION/IMAXTREE.COM, B. THOMPSON/ADMEDIA/CORBIS, DR.

d'authenticité, d'altruisme et de confiance en soi." La crise ne serait pas non plus étrangère au phénomène. "C'est un besoin de lutter contre la globalisation de la beauté axée autour de la performance, ajoute Géraldine Bouchot, responsable des études prospectives au bureau de style Carlin. Avec la crise s'accentue l'obligation d'être toujours plus beau et plus acceptable. Dévoiler ses imperfections est une prise de conscience et une forme de révolte."
Au Japon et aux États-Unis, la recherche de singularité et le besoin de se différencier de la masse ("Tous les mêmes", chante Stromae) ont même poussé certains à s'enlaidir volontairement. Les magazines anglo-saxons ont trouvé un nom à ce phénomène bizarre : l'"uglification". Les jeunes Japonaises se rendent ainsi chez leur dentiste pour lui demander de bousculer l'alignement de leur dentition, et d'avoir les dents qui se chevauchent légèrement. Une tendance qui existe aussi en France, selon Jean-Pierre Toubol, chirurgien-dentiste, auteur de "Les dents, sourire, équilibre et santé" (éd. Dangles). Quant aux Américaines, elles misent plutôt sur un sourire plus sexy, plus petite fille, en s'offrant des dents artificiellement écartées comme Lara Stone ou Georgia May Jagger. Plus globalement, elles sont moins accros aux sourires Ultra Brite et désirent des dents plus naturelles, avec facettes personnalisées.

CULTIVER LE SIGNE DISTINCTIF

"La recherche du petit défaut, de la cicatrice, du tatouage, d'une dentition moins alignée signifie, pour ceux qui en font la demande, « je n'ai pas une vie stéréotypée, je m'écarte un peu du droit chemin tout en restant dans la norme »", explique Élisabeth Azoulay. A ugly, ugly et demi. La mode du sourcil broussailleux est en plein boum et les tutos pour se noircir le sourcil fleurissent sur le Net. Des cliniques américaines proposent même de greffer des cheveux pour arriver à un total look Frida Kahlo. Mais là, on parlerait davantage, selon l'ethnologue, d'androgynie que d'enlaidissement. "L'époque est à l'égalité des droits entre hommes et femmes, à l'homogénéisation des sexes et à l'androgynie, rappelle-t-elle. Et ce retour à un sourcil naturel, non travaillé, unisexe, qui structure bien le visage des femmes en est un des signes." Quoi qu'il en soit, retenons la leçon du moment : pour être beaux, soyons laids !

MANGEONS DU MOCHE !

La tendance "laid is beautiful" envahit aussi nos assiettes. En France, Intermarché a lancé une campagne de sensibilisation aux légumes esthétiquement douteux comme la carotte à deux pattes, le citron boursouflé, l'aubergine repoussante, mis en scène dans des petits spots comiques qui les humanisent et leur demandent d'oublier leurs complexes pour relever fièrement la tête. Le slogan : "Une carotte moche, c'est une jolie soupe." Vendus 30 % moins chers que les légumes conformes, ils luttent à leur façon contre le gaspillage. Une initiative qui a déjà inspiré de jeunes producteurs de Montréal et provoqué une avalanche d'articles dans la presse américaine. Aux États-Unis, manger moche est aussi l'une des tendances fortes du moment : Pizza Hut et Domino's Pizza ont lancé des pizzas (faussement) artisanales de forme inhabituelle, Oscar Mayer (une marque alimentaire), a mis deux ans à mettre au point des tranches de dinde mal coupées, comme à la maison, et McDonald's sert des McMuffin dont l'œuf au plat n'est pas un cercle parfait. Du faux laid pour faire plus authentique, et donc plus appétissant.

Jamie Bochert pour Acne.

Tous droits réservés à l'éditeur